

REPOZYCJONOWANIE MARKI i REBRANDING. Zarządzanie Marką Dla Zaawansowanych

O SZKOLENIU:

Repozycjonowanie marki i rebranding marki coraz częściej staje się koniecznością przed którą, stają Dyrektorzy Marketingu i Brand Managerowie. Zmiany w marce wymusza szybko zmieniający się rynek, ewoluujące potrzeby klientów lub zmiana ich sposobu myślenia, zachowań, czy metod komunikowania się.

Zapraszamy na jedyne w Polsce szkolenie w całości poświęcone kształceniu praktycznych umiejętności związanych z repozycjonowaniem i rebrandingiem marki.

Adresaci szkolenia "Repozycjonowanie marki i rebranding. Zarządzanie marką dla zaawansowanych"

Szkolenie z rebrandingu i repozycjonowania marek skierowane jest do Dyrektorów Marketingu i Brand Managerów oraz pozostałych managerów i specjalistów działu marketingu, którzy posiadają doświadczenie w kierowaniu marką i rozważają lub są w trakcie planowania zmian w marce / brandzie i jej pozycjonowania na rynku.

CELE SZKOLENIA:

Biorąc udział w szkoleniu zostaniesz przygotowany do przeprowadzenia działań związanych z repozycjonowaniem i rebrandingiem marki.

Uczestnicząc w szkoleniu "Repozycjonowanie marki i rebranding. Zarządzanie marką dla zaawansowanych":

Usystematyzujesz wiedzę dotyczącą marki i prowadzonych w jej ramach działań.

Dowiesz się czym jest repozycjonowanie i rebranding, kiedy i w jakim celu przeprowadza się te działania.

Poznasz praktyczne zastosowania strategii zmian.

Nabędziesz umiejętność oceny kondycji marki i określenia kierunku zmian.

Poznasz zasady towarzyszące przeprowadzaniu zmian w marce.

3 wygodne formy realizacji szkolenia z rebrandingu i repozycjonowania marek

Wybierz najbardziej odpowiednią dla siebie formę udziału:

Szkolenie zamknięte dla managerów / specjalistów Twojej firmy. Rozwiązanie rekomendowane dla grup 3/4 - 12 osób. Termin, miejsce szkolenia są uzgadniane z klientem. Korzyścią jest to, że szkolenie jest prowadzone wg. dedykowanego programu uwzględniające potrzeby szkoleniowe i specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstwa klienta.

Szkolenie online. Dedykowany szkolenie online dla Twojej firmy / zespołu. Prowadzone według dostosowanego do potrzeb i specyfiki i programu.

Szkolenie "1 na 1". Indywidualne szkolenie tylko dla Ciebie. Termin i miejsce do ustalenia. W sprawie szczegółów prosimy o kontakt.

PROGRAM SZKOLENIA:

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



1. REPOZYCJONOWANIE A REBRANDING - STRATEGIE ZMIAN MARKI

Wyjaśnienie pojęć i zdefiniowanie różnic

Cel i znaczenie zmian

Zakres i głębokość możliwych zmian

Wyniki badań przeprowadzonych w polskich firmach w zakresie rebrandingu

Praktyczne przykłady repozycjonowania i rebrandingu

2. DIAGNOZA SYTUACJI - PIERWSZY KROK PROCESU REBRANDINGU

Diagnoza stanu wyjściowego

Metody badawcze stosowane w rebrandingu

Określenie kierunku zmian

Co trzeba wiedzieć o odbiorcy produktów/usług

3. ZASADY TOWARZYSZĄCE PROCESOM WPROWADZANIA ZMIAN W MARCE

Role, zaangażowanie oraz odpowiedzialność poszczególnych komórek w firmie i agencji

Wprowadzanie zmian w czasie

4. CELE W REBRANDINGU

Definiowanie celów SMART

5. STRATEGIE REBRANDINGU i REPOZYCJONOWANIA, m.in.:

Repozycjonowanie na zasadzie pierwszeństwa

Repozycjonowanie konkurencji

Repozycjonowanie w odniesieniu do klientów

Repozycjonowanie atrybutowe

Zmiana grafiki, logo, opakowania

Rebranding wizerunku

Czas jako element strategii rebrandingu

Case studies

6. NARZĘDZIA MARKETINGOWE W PROCESIE REBRANDINGU

Dobór narzędzi zgodnych z celem repozycjonowania / rebrandingu

Proces poszukiwania nowej nazwy i wartości marki

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Wybór nowego logo

7. WPROWADZANIE ZMIAN W MARCE - SAMODZIELNIE CZY Z AGENCJĄ

Wady i zalety możliwych rozwiązań

Jak wybrać agencję

Zasady współpracy z agencją

8. JAK SKUTECZNIE PRZEPROWADZIĆ KOMUNIKACJĘ WPROWADZANYCH ZMIAN

Rodzaj i kolejność wykorzystywanych narzędzi

Akcja uderzeniowa czy systematyczna kampania

Nowoczesne przykłady komunikacji - case studies

9. EFEKTY ZMIAN - CZYLI JAK SPRAWDZIĆ, ŻE PROCES BYŁ UDANY

Szkolenie z repozycjonowania marki i rebrandingu prowadzi:

TRENER:

Izabela Bohdan - Talmont

Trener - Praktyk. Menedżer marketingu z wieloletnim doświadczeniem w zakresie zarządzania markami (branding) i produktami (product management), strategii marketingowych, trade marketingu.

Karierę zawodową rozpoczęła w Kamis - Przyprawy S.A. początkowo jako analityk sprzedaży, aby w 2003 roku objąć stanowisko Koordynatora Marketingu na Rynkach Zagranicznych. Odpowiadała m.in. za: wprowadzanie nowych produktów na rynki Europy Wschodniej i rynek amerykański, przygotowanie wsparcia marketingowego dla partnerów zagranicznych, analizę działań konkurencji oraz współpracę z zagranicznymi agencjami reklamowymi, ocenę akcji promocyjnych.

Od 2005 roku była odpowiedzialna za marki własne (private labels) w Kamis - Przyprawy S.A. współuczestniczyła w tworzeniu i wdrażaniu strategii rozwoju działu odpowiedzialnego za marki własne i eksport.

Wynikiem tych prac było wprowadzenie przypraw i musztard pod marką własną do sieci: Jeronimo Martins (Biedronka), Carrefour, Plus Discount, Tesco, Kaufland, Lidl na rynku polskim oraz na rynkach zagranicznych (m.in. Węgry, Czechy, Słowacja) dla takich klientów jak Tesco, Lidl, Kaufland. Ścisłe współpracowała z poszczególnymi działami firmy na każdym etapie przygotowania produktu pod markę własną (jakość, produkcja, B&R, zakupy, logistyka).

Od połowy 2006 roku związana z Eveline Cosmetics gdzie odpowiadała za opracowanie i wdrażanie kampanii promujących markę na rynkach eksportowych oraz współpracę z mediami zagranicznymi w zakresie reklam i PR, kontrolę budżetów marketingowych i promocyjnych.

W latach 2007 - 2008 w 3M Poland odpowiadała za zarządzanie markami Consumer Health Care (marki Viscoplast, Nexcare, Kinder Test) w kanale tradycyjnym, nowoczesnym i farmaceutycznym. Była odpowiedzialna za wprowadzanie nowych produktów, współpracę ze strukturami międzynarodowymi w ramach korporacji, koordynację działań PR dla

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



marek, działania trade marketingowe, opracowanie i wdrażanie kampanii promocyjnych, zarządzanie marką na produktach, zarządzanie kanałami dystrybucji, współpracę z agencjami badającymi rynek (AC Nielsen), reklamowymi i domami mediowymi. Zrealizowała również projekt marki własnej dla sieci Biedronka.

Od 2009 roku Brand Manager marki Canpol babies w Canpol Communication. Zarządza marką Canpol babies we wszystkich kanałach dystrybucji, przygotowuje analizy strategiczne i wytycza kierunki rozwoju dla marki, projektuje oraz prowadzi akcje promocyjne skierowane do konsumentów i środowiska medycznego. Współpracuje z agencjami badawczymi w zakresie badań jakościowych i ilościowych w ramach projektu repozycjonowania marki.

Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej i Uniwersytetu Warszawskiego.

Główne kompetencje trenerskie:

- branding (zarządzanie marką, marki własne, rebranding, repozycjonowanie); - pricing (marketing ceny, polityka cenowa, polityka rabatowa, wojny cenowe); - benchmarking; - badania (ilościowe, jakościowe); - trade marketing; - strategię marketingowe.